



**Vha
kam**

MANUAL DE MARCA

El logotipo

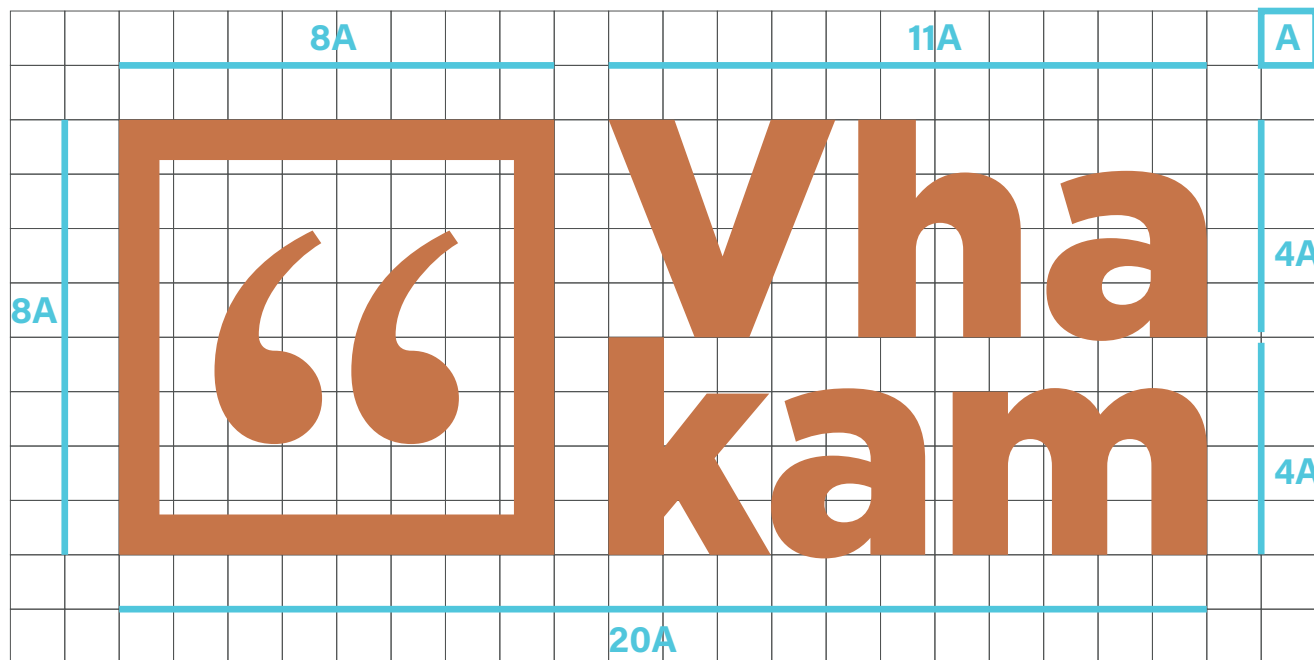
El logotipo	02
Estructura y opciones de uso	03
Cromática	04
Tipografía	05
Área de influencia y tamaños mínimos	06
Uso sobre fondos	07
Restricciones del uso de marca	08

El logotipo es el elemento más visible de la identidad de la institución.



Este logotipo se puede distinguir como un imagotipo (combinación de imagen y texto), se encuentra formado por dos elementos. En el imagotipo se pueden visualizar que en la parte izquierda está la imagen conformada por un cuadrado con unas comillas abiertas en la mitad de este; y en la parte derecha del logo se encuentra el texto escrito en doble línea formando un margen imaginario.

El color principal de la marca se obtiene por la búsqueda de la representación cromática de la ciudad de Cuenca.



Colores primarios



(C) Cian 17%
(M) Magenta 61%
(Y) Amarillo 78%
(K) Negro 5%



(C) Cian 55%
(M) Magenta 2%
(Y) Amarillo 22%
(K) Negro 0%

Colores secundarios



(C) Cian 11%
(M) Magenta 33%
(Y) Amarillo 68%
(K) Negro 1%



(C) Cian 13%
(M) Magenta 50%
(Y) Amarillo 44%
(K) Negro 2%



(C) Cian 63%
(M) Magenta 38%
(Y) Amarillo 39%
(K) Negro 20%



(C) Cian 48%
(M) Magenta 36%
(Y) Amarillo 70%
(K) Negro 22%



(C) Cian 25%
(M) Magenta 98%
(Y) Amarillo 77%
(K) Negro 21%



(C) Cian 8%
(M) Magenta 23%
(Y) Amarillo 23%
(K) Negro 0%

Como tipografía principal se utiliza la Gotham con la variante black en el logotipo y como tipografía secundaria se utiliza la Acumin en el material corporativo, publicitario y promocional.

Vha
kam

Gotham Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Gotham Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Acumin Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

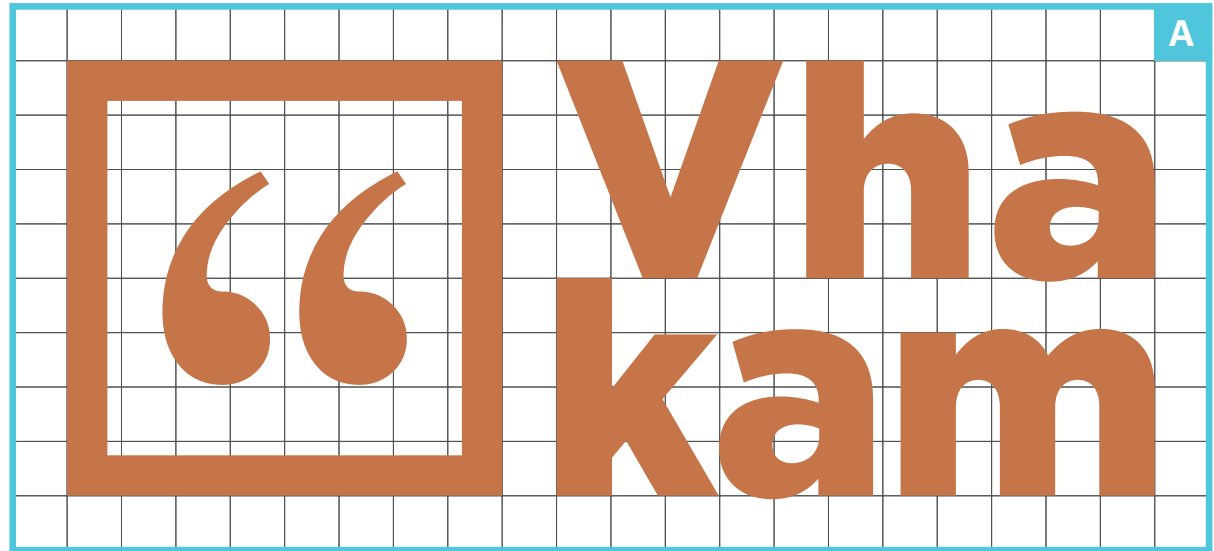
Acumin Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

El área de influencia, es el espacio que debe existir alrededor del logotipo sin ningún otro elemento rebasandole, consiguiendo una correcta visualización del mismo. Se estableció un espacio de 1módulo (A), a cada lado del mismo.



Es importante respetar el tamaño mínimo de la marca, para garantizar la legibilidad de esta.

Tamaño mínimo



Tamaño inadecuado

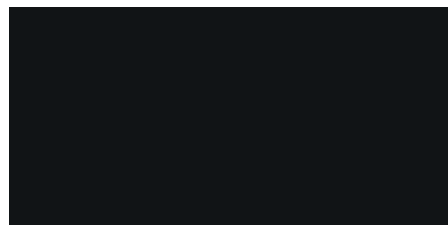




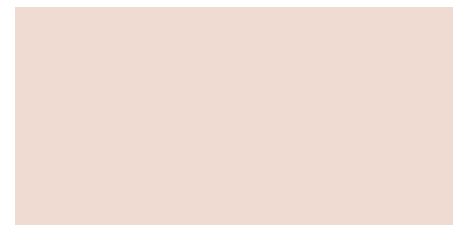
Imagotipo



Fondo blanco



Fondo negro



Fondo color



Original



Siempre



Siempre



Solo fondos claros



Blanco/Negro



Siempre
(logo negro)



Siempre
(logo blanco)



Fondo claro con logo oscuro
y fondo oscuro con logo claro

*Si es que existe la posibilidad de usar el logo en su versión a color, este deberá tener un contraste suficiente para no perder legibilidad.

Es muy importante que el logotipo se visualice correctamente, esto incluye también en usar las tipografías y el tamaño descritos anteriormente. En esta página están algunos ejemplos de lo que no se debe hacer con el imagotipo.



Imagotipo



No distorcionar la marca ni cualquiera de sus partes.



No modificar la tipografía usada.



No alterar el tamaño o proporción de los elementos que la conforman.



No reorganizar los elementos del logotipo.



No agregar sombras a cualquier parte de la marca.

Palabras

**Acha
chay**

+



=



Chulla

+

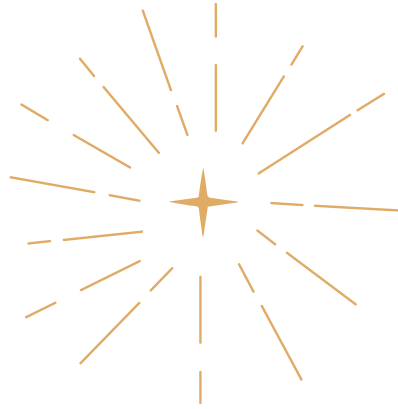


=



Gara

+



=



**Shun
gar**

+

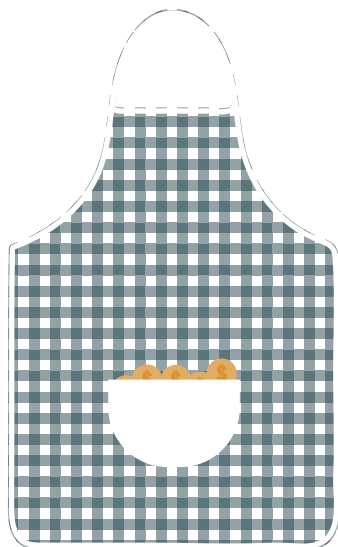


=



Señito

+

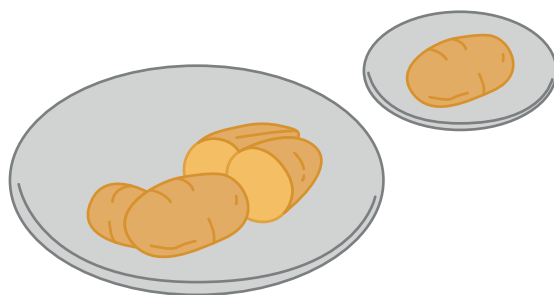


=

Señito

Yapa

+



=

Yapa^a

Shoro +



=

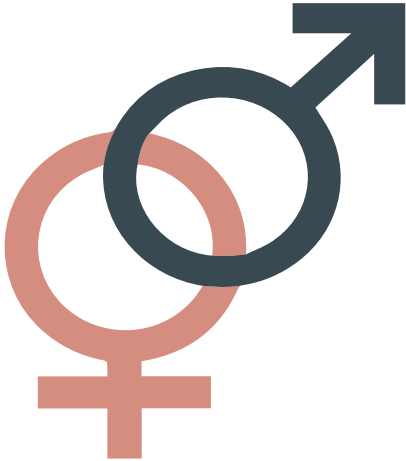
Shoro

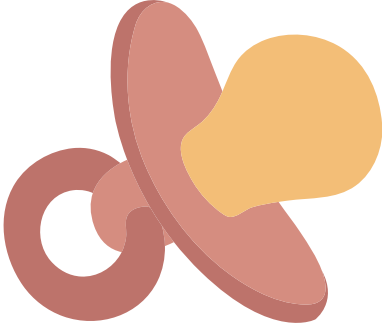
Mucha +



=

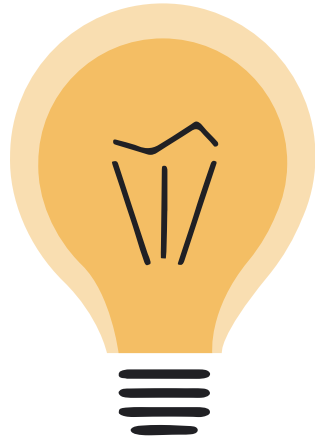
Mucha

Man +  = *Man*

**Gua
gua** +  = *Guagua*

Calar

+

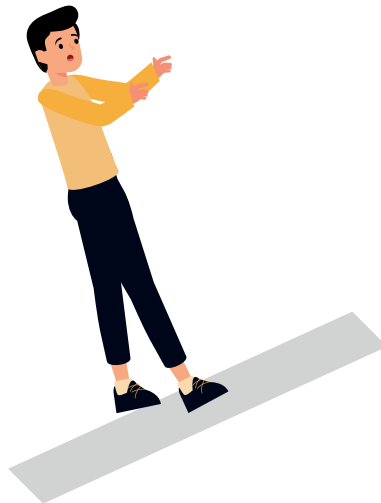


=

Calar

**Shun
sho**

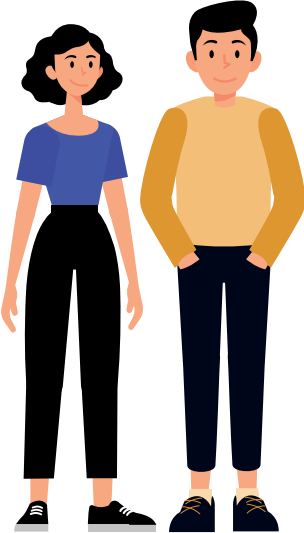
+



=

SHUNSHO

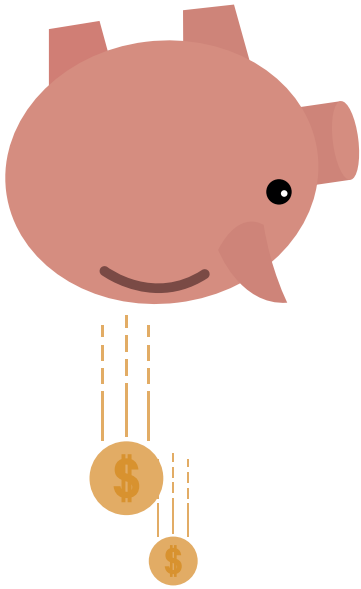
**Che
ndo** + “...” = ‘Chendo’

Ñaño +  = Ñaño

Mamá & Papá

Chiro

+



=

CHIRO

